

На правах рукописи

Сыченков Владимир Владимирович

**ИНТЕРВЬЮ-ПОРТРЕТ
КАК ТИП КОММУНИКАЦИИ**
(на материале российских печатных
еженедельников 1985-1996 гг.)

Специальность 10.01.10 – Журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации
на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Казань
2007

Работа выполнена на кафедре теории и практики электронных СМИ Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский государственный университет им. В.И.Ульянова-Ленина» Министерства образования и науки Российской Федерации (ГОУ ВПО КГУ им. В.И.Ульянова-Ленина МО и НРФ).

Научный руководитель - доктор филологических наук,
профессор
Роот Андрей Александрович

Официальные оппоненты - доктор филологических наук,
профессор
Несмелова Ольга Олеговна

кандидат филологических наук,
старший научный сотрудник
Кудаков Олег Робертович

Ведущая организация - **Марийский государственный университет**

Защита состоится 30 мая 2007 г. в 11.30 ч. на заседании Диссертационного совета Д 212.081.14 при Казанском государственном университете (420008, г.Казань, ул. Кремлевская, 18, корп. 2, ауд. 1306).

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского Казанского государственного университета.

Автореферат разослан 30 апреля 2007 г.

Ученый секретарь
Диссертационного совета
кандидат филологических наук,
доцент

Козырева Мария Александровна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Современный этап развития журналистики предполагает модернизацию всей системы средств массовой информации. Перестроечные процессы, начавшиеся в России в 1990-е годы, изменили отношения внутри коммуникационной системы "действительность – автор – произведение – аудитория". Вместе со старой системой организации СМИ заметно изменилась система классификации жанров, глобальное расширение коммуникационного пространства создало предпосылки для диффузии жанров.

На уровне действительности исчезла цензура, автор получил большую свободу на высказывание собственного мнения и прогноз, которые, с одной стороны, способствовали становлению самостоятельных жанров, например, авторской колонки, с другой, – привели к массовой тенденциозности при отражении позиции собственника СМИ, развитию заказных и рекламных текстов.

На этом фоне на первый план среди произведений стали выходить тексты "диалогичной природы": интервью, беседа, "круглый стол" и т.д., в которых представлены разные точки зрения на проблему, но первоисточник информации при желании всегда возможно отделить от "вторичного комментария"...

Таким образом, современная журналистика стала более свободна по мысли и стилю, более персонифицирована и заработала в реальном режиме диалога с аудиторией.

Также существенным фактом является смена роли самой аудитории в обществе: от пассивного потребления медийного продукта к равноправному участию, со-участию, в обмене информацией.

Все это отражает тенденцию перехода от процесса информирования к коммуникации как взаимодействию.

Происходящие процессы опосредованно влияют на развитие жанров. В этой связи нередко слышим о жанровом кризисе. Однако корректнее говорить о пересмотре границ жанров, многие из которых в условиях партийной печати были искусственно редуцированы. В частности, это произошло с жанром интервью, которое до первой четверти XX века имело заметный потенциал для развития в России.

Современная журналистская практика, ориентируясь на западные модели, перенимает особенности подготовки и формообразования интервью у известных журналистов США, Англии, Франции и не учитывает специфику существовавшего и существующего журнализма в России. Это приводит к *общим противоречиям между:*

- развитием отечественной журналистской теории и экспансией западных опытных образцов;
- ярко выраженным акцентом прагматичности текстов и неучета требований теории;

- отсутствием фундаментальных исследований и широким спектром практических разработок.

Частные противоречия выражаются между:

- активным внедрением в практику СМИ информационно-компьютерных технологий и отсутствием теоретической базы и практического опыта, в которых отражается специфика интервью-портрета;
- бурным развитием коммуникативистики и отсутствием внедрений;
- общими характеристиками интервью, которые не пересекаются в современной теории и практике с современными условиями работы интервьюеров (нет ситуативных моделей).

В связи с этим нарастает потребность в комплексных исследованиях жанра, учитывающих современные научные подходы и открытия, при этом отвечающих современным потребностям практической деятельности разных видов СМИ. Эти положения делают актуальность заявленной темы очевидной.

Степень изученности проблемы. Интервью-портреты или, как их чаще называют, портретные интервью, широко распространились в журналистской практике в конце 1980-х – начале 1990-х гг., в период перестройки и гласности, когда мнение каждой личности стало вызывать в обществе интерес и формироваться как общественная ценность.

Выразителями настроений аудитории тогда стали два не-журналиста, У.Отт и А.Караулов, которые, тем не менее, внесли заметный вклад в популяризацию интервью как у практиков, так и у теоретиков. Попытки самоанализа своей работы, предпринятые ими в начале 1990-х гг, стали несомненным шагом вперед в публицистическо-теоретическом освоении жанра. Но не хватило системного анализа и сформулированных концепций.

В теоретическом плане до 1980 года едва ли не единственной работой по теме было исследование В.А. Тищенко "Интервью в газете: теория и практика развития жанра", в котором автор обращал внимание на отсутствие специализированных исследований, посвященных жанру интервью и его разновидностям.

В том же году теоретик советского телевидения Г.В. Кузнецов задал направление в определении "интервью-портрета", обозначив целью жанра раскрытие личности собеседника в экранном очерке. Эволюция понимания интервью надолго остановилась на – предназначенной для распространения в печати, по радио и телевидению беседе в форме вопросов и ответов с каким-либо лицом по актуальным вопросам. Портрет человека в подобном жанре интервью-беседе носил всего лишь вспомогательный характер.

Впрочем, советская литературная и медиакритика сама же подготовила почву для противоречий. В 1964 году вместе с выходом книги Н.Мара «50 интервью» в практике утвердилось форма интервью-зарисовки или интервью-рассказа. Особенность вида состояла в том, что наряду с литературным пересказом мнения человека давался его штриховой портрет.

Понятие "интервью-портрет" впервые использовал в 1967 году исследователь жанров советского радио И. Триккель, ссылаясь на практику эстонского радио, где в обычной форме беседы репортерам удалось создать

портреты людей.

К настоящему времени сложилось несколько подходов к изучению интервью-портрета, которые оказывают заметное влияние на науку и практику.

Сильная сторона *методико-технологического подхода* (Т.В. Шумилина, Г.В. Лазутина, М.И.Шостак, М.М. Лукина, С.В. Белановский) – системная и глубокая проработка интервью как метода, опираясь на которую исследователи подчеркнули психологический характер портретного интервью и дали беглую характеристику некоторым видам портретного интервью.

Представители другого, *содержательно-исторического подхода*, (В.В.Ученова, А.А.Роот, Н.Зорина, В.Д.Пельт, Т.Л.Каминская, М.И.Стюфляева, Л.М.Пивоварова, И. Триккель, Б.В.Стрельцов) однозначно определили интервью-портрет в арсенал информационных форм журналистики. Одновременно жанр мог выполнять функции "первого помощника" портретного очерка и в этом ученые не усматривали противоречия.

Последователи *коммуникативно-познавательного подхода* (А.А. Тертычный, Л.Е. Кройчик, С.Н. Ильченко, Г.С. Мельник, А.Н.Тепляшина, Л.В.Ухова) подчеркивают интеграционные процессы, лежащие в основе современного жанрообразования, обозначают линии взаимоотношений жанров, выделяют публицистические формы, природа которых наиболее полно раскрывается в эпоху коммуникации.

Малоисследованной оказалась методологическая область жанрообразования, природа взаимопроникновения друг в друга жанров разных типов СМИ, которую попытались раскрыть представители *феноменологическо-коммуникативного подхода*. Исходная установка работ этого типа - систематизация и обобщение опыта функционирования интервью в синкретизме рационального и случайного в его исторической неоднородности.

Ведущие теоретики посмотрели на интервью с точки зрения интеграции интервью в печати, радио и телевидения и впервые заговорили о межвидовом (М.С.Черепанов) и электронном происхождении (М.К.Барманкулов) жанра. М.Н. Ким подвел под интервью методологическую основу, а идеологию подхода в журналистике оформил Б.Я.Мисонжников.

Таким образом, самые известные "системы интервью" на сегодня разработаны в рамках информационно-технологического и содержательно-исторического подходов, но наибольшие результаты дали *коммуникативно-интегрированные подходы*. При этом интервью-портрет в этих подходах рассматривался фрагментарно, без учета его положения в системе современных жанров, вне контекста межвидовых и междуродовых процессов жанрообразования.

Цель диссертационного исследования. Определить место интервью-портрета в системе современных журналистских жанров и разработать модель интервью-портрета применительно к газетной полосе, опираясь на феноменологическо-коммуникативный подход.

Задачи исследования:

1) проанализировать подходы к анализу коммуникации и концепции интервью, выявить критерии видообразования и выстроить методологию интервью;

2) выявить исторические предпосылки развития жанра интервью-портрета в контексте коммуникации и проследить становление интервью-портрета как художественно-публицистического жанра журналистики;

3) рассмотреть интервью-портрет в контексте канала коммуникации, провести анализ источников за исследуемый период;

4) на материале печатных еженедельников разработать универсальную модель интервью-портрета.

Объект исследования: система интервью-коммуникаций СМИ, включающая в себя взаимодействие с аудиторией на уровнях коммуникативного процесса и коммуникативного результата.

Предмет исследования: типологические особенности жанра интервью-портрета в контексте коммуникации СМИ.

Исследовательская проблема. Выявить, каковы типологические особенности интервью-портрета в условиях современной модернизации жанровых форм.

Гипотеза исследования. Интервью-портрет как тип коммуникации в условиях трансформации коммуникативного пространства России представляет собой уникальный и открытый жанр, динамичный характер которого обеспечивает его межвидовая и межродовая природа и является эффективным средством современной коммуникации, придавая ей универсальный характер.

Теоретико-методологическая основа исследования. Ее составили труды В.В. Ученовой, Е.П. Прохорова, М.С. Черепанова, М.И. Стюфляевой, Б.Я. Мисонжникова, А.А. Тертычного, Л.Е. Кройчика, Л.М. Земляновой, М.К. Барманкулова, М.Н. Кима, Е.И. Голановой, Л.Г. Антоновой, Л.В. Уховой, С.А. Белановского, Г.Г. Почепцова и др.

Методы исследования. Спектр используемых методов достаточно широк: от эмпирических (наблюдение, интервью с экспертами и собственных интервью с героями) до теоретических (анализ и синтез, сравнительно-сопоставительный анализ), методы информационно-технического, транзакционного и коммуникативно-психологического анализа, а также метод моделирования.

Научная новизна исследования заключается в том, что на основе системного анализа современного состояния и подходов к интервью впервые определено место интервью-портрета в системе современных художественно-публицистических жанров, выявлены критерии видообразования интервью, раскрыта межродовая природа и авторская модель интервью-портрета.

Теоретическая значимость работы заключается в нескольких положениях:

- систематизирован и обобщен опыт становления жанра интервью-портрета в реальном синкретизме рационального и случайного в его исторической неоднородности и выявлены критерии эффективности

интервью-портрета; обозначены исторические предпосылки развития жанра в коммуникации и сформулированы его признаки в новых, современных условиях;

- определено место и функции интервью-портрета в условиях новой коммуникативной среды в рамках печатного еженедельника;
- описаны методологические и теоретические основы интервью-портрета как жанра, что позволило уточнить определения;
- построена концептуальная, универсальная модель, сочетающая феноменологические и коммуникативные признаки жанра – с выделением структурных элементов,
- выявлены сущностные свойства и качества интервью-портрета, свидетельствующие о наличии возможности управления аудиторным интересом, путем воздействия на тематические потребности целевой аудитории.

Практическая значимость работы. Полученные результаты могут применяться в практической деятельности журналистов и интервьюеров периодических изданий, при обучении студентов факультетов журналистики и учащихся смежных коммуникативных специальностей, а также индивидуально – для разработки авторских моделей интервью самими журналистами.

Хронологические рамки исследования. Период с 1985-1996 гг.- один из самых ярких в истории становления российской прессы на постсоветском пространстве. По классификации ряда исследователей (Я.Н.Засурский, А.А.Лебедев), он делится на ряд подэтапов: 1985-1992 гг. – «гласность», 1992-1996 гг. – «приватизация», 1996-2000 – «концентрация и монополизация».

Рассматриваемый нами период, таким образом, затрагивает периоды «гласности» и «приватизации» и частично начало «концентрации и монополизации», охватывая наиболее важные события становления новой системы СМИ и смены парадигмы от информирования к информационно-коммуникационной модели работы с аудиторией.

Территориальные рамки исследования. Используя метод сплошной выборки, нами выявлено около 300 интервью-портретов ведущих российских еженедельников в 1985-1996 гг. Мы считаем это число интервью-портретов достаточным и корректным для масштаба сформулированных выводов.

Поскольку сами СМИ – есть сообщения (М.Маклюэн), мы взяли для анализа еженедельники трех, по классификации Я.Н.Засурского, типов: консервативного, эволюционного и нового для журналистики РФ 1985-1996 гг. Из консервативных – это «Литературная газета» и «Неделя», из эволюционных – «Собеседник» (начинавшийся как приложение «Комсомольской правды»), из новых СМИ – «Аргументы и факты» и в качестве дополнительного источника-«Независимую газету».

В качестве сопоставительного канала коммуникации мы также пользуемся интервью-книгами, то есть такими сборниками интервью одного и того же автора (а иногда и одного и того же героя), которые вышли с уровня информационно-сиюминутного на коммуникативно-вневременной.

Эмпирическая база исследования. Мы остановили свой выбор на еженедельнике как носителе информации и канале коммуникации с аудиторией, исходя из нескольких предпосылок:

1. Еженедельники - наиболее консервативные даже среди печатных СМИ - и работают с тем, что уже точно утвердилось в журналистской практике.

2. В еженедельниках мы находим зафиксированные текстуально образцы интервью-портрета, здесь нагляднее видны характерные черты и тенденции развития жанра;

3. Еженедельники – это письменная и устная коммуникация, нуждающаяся в перекодировке в невербальную сферу.

Основные положения, выносимые на защиту:

1) В условиях модернизации жанров интервью достигает видового разнообразия в информационной группе жанров, перемещается в аналитическую группу и активно используется как художественно-публицистическая форма при интервьюировании известных личностей.

2) Интервью-портрет – уникальный жанр, который феноменологически определяется характеристиками, составляющими его межвидовую и межродовую природу.

3) Интервью-портрет – художественно-публицистический жанр.

4) Универсальная модель интервью-портрета включает в себя принципиальные составляющие: герой-формат СМИ-периодичность-документальная основа-автопортрет-драматизм.

Апробация работы. Основные положения диссертации и теоретические аспекты обсуждались на международных и российских итоговых научно-практических конференциях факультетов журналистики МГУ, СПбГУ, КГУ (1997-2007 гг.), методологических и методических семинарах факультета журналистики и социологии КГУ и Набережночелнинского филиала КГУ (2000-2005 гг.), по итогам которых опубликовано около 20 научных статей.

Положения диссертации получили проверку в практической деятельности автора (1992-2007 гг.), в лекционных курсах и специализированных тренингах «Искусство профессионального общения в сфере массовой коммуникации», «Влияние как инструмент управления людьми в условиях медиапроекта», «Управление карьерой в медиабизнесе», (1999-2007 гг.), впервые реализованных в КГУ и Набережночелнинском филиале КГУ для журналистов.

Результаты исследования послужили основным и вспомогательным материалом для обучения профессиональному общению и работе с жанром интервью журналистов-практиков на семинарах-тренингах в Баку (Азербайджан), Душанбе (Таджикистан), Екатеринбурге, Челябинске, Казани и Набережных Челнах (Россия).

Результатами внедрения принципов интервью в научно-практическую и педагогическую деятельность стало создание Мультимедийной учебно-производственной лаборатории при кафедре теории и практики электронных СМИ, которой и руководит автор. Здесь проходят мастер-классы интервью-

портрета как электронного жанра, разрабатывался коммуникационный модуль учебного сайта факультета – базы знаний МедиАрт.ру, входящую в сто самых востребованных из 3000 имеющихся web-ресурсов России по образованию. На материалах автопортретных коммуникации форумов МедиАрт.ру опубликована книга известного российского публициста Л.Овруцкого «Татарский национал на rendez-vous».

Структура и объем диссертации. Работа состоит из введения, трех глав, включающих восемь параграфов, заключения, списка использованных источников и научной литературы и пяти приложений. Содержание работы изложено на 175 страницах.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обосновывается актуальность темы, характеризуется состояние ее научной разработанности, формулируются цель и задачи, определяется принцип отбора материала, выделяется объект и предмет исследования, подчеркивается научная новизна диссертации, раскрывается степень ее теоретической и практической значимости, говорится об апробации научных результатов и их возможном дальнейшем применении, формируются основные положения, выносимые на защиту.

В *первой главе* – «**Теоретические основы интервьюирования в коммуникационной системе СМИ**» – проводится системный анализ современного состояния и подходов интервьюирования в СМИ. Глава состоит из трех параграфов. В **первом параграфе** «Анализ современного состояния проблемы интервьюирования в СМИ как коммуникативного процесса» исследуется современное состояние интервьюирования в СМИ как коммуникативного процесса. Модели коммуникации в СМИ можно представить на двух уровнях: макроструктурном и микроструктурном.

Макроструктурный рассматривает коммуникацию с точки зрения канала коммуникации и включает элементы: "отправитель сообщения (он же коммуникатор, в данном случае в этой роли выступает редакция СМИ) – "получатель" (она же – целевая аудитория, анонимная, массовая, опосредованная) – "сообщение" (на макроструктурном уровне Сообщением выступает сам канал коммуникации, в дальнейшем – СМИ, через которое информация передается).

Микроструктурный уровень рассматривает коммуникацию с точки зрения целевой аудитории и включает следующие элементы: "отправитель 1" (в этой роли выступает интервьюируемый) – "отправитель 2" (в этой роли выступает интервьюер) – "отправитель 3" (аудитория, которая активно участвует в процессе интервьюирования) – сообщение (собственно текст интервью) – получатель (целевая аудитория, конечный потребитель).

Микро- и макроструктурный уровни коммуникации в СМИ соотносятся друг с другом как процесс и результат.

Во **втором параграфе** «Интервью как форма коммуникации в СМИ» изучаются подходы к интервью как к форме взаимодействия. Выпуск любого

современного СМИ строится по принципу интервью, в вопросно-ответном ключе, в ассиметричном разговорном стиле, со спадами и подъемами, с паузами между вопросами и ответами, за которые аудитория может осознать информацию и двигаться дальше.

В этом смысле материалы СМИ, кроме в чистом виде вопросно-ответных, можно разделить на те, что представляют собой "вопросы без ответов" и те, что являются "ответами без вопросов". Последние две группы в СМИ традиционно читаются во вторую очередь, кроме, пожалуй, новостей и развлекательных текстов.

Неудивительно, что во времена перенасыщенности информации тексты, представляющие из себя монологи, воспринимаются как фон к более динамичным и коммуникационным сообщениям, и вынуждены прибегать к их помощи, рассчитывая на привлечение к себе внимания аудитории. Это взаимопроникновения различных средств коммуникации, их интеграция – обычное явление в современном СМИ.

Интервью относится к разряду «народных форм», легко воспринимаемых людьми разной социальной среды. Вопросно-ответное построение текста в интервью снимает напряжение от возможной интеллектуальной разницы читателя с каким-либо экспертом. Всегда можно спрятаться за спину интервьюера, "ответить" коротким вопросом на ответ и ждать реакции собеседника.

В третьем параграфе «Жанрообразующие признаки, критерии и методы интервью в системе коммуникации СМИ» выявляются жанрообразующие характеристики интервью в системе коммуникации СМИ.

В рамках отечественного-информационного и зарубежного-пирамидального подходов, типология интервью выстраивается на базе шести классических вопросов:

- на уровне сбора информации 1) когда? - поводом для встречи; 2) что? - целевой установкой общения; 3) как? - технологией общения;

- на уровне презентации итогов: 4) почему? - уровень достигнутого откровения, 5) кто? - реальное и необходимое для отражения количество участников общения, 6) где? - необходимость передачи в интервью обстановки, создания "декораций".

Классические отечественные подходы делили интервью на метод и жанр. Однако, если быть внимательным, сам метод интервью далеко не однороден. Так, с точки зрения процесса и результата, в нем можно выделить два подвида:

- 1) *Интервью как метод отражения действительности* (или, как называли прежде, метод сбора информации);

- 2) *Интервью как метод репрезентации исходного материала* (или, как говорили прежде, метод отображения материала на полосе).

Интервью как метод отражения действительности (процесс коммуникации) на основании классических вопросов новости условно можно разбить еще на четыре вида: беседу, опрос, разговор и собственно интервью.

Интервью как метод репрезентации исходного материала (результат коммуникации) можно разделить на монолог, диалог и полилог. От частицы

«моно» – один, «di» – двое, «poly» - много. Одно, двух и много-составное построение текста.

На пересечении методов сбора информации и репрезентации исходного материала интервью рождается «поле происхождения» видов интервью, благодаря которому можно отслеживать появление новых разновидностей интервью и быстро определять место уже существующей разновидности.

Во *второй главе* - «**Типические черты интервью-портрета в контексте коммуникации**» - уточнены методологические и теоретические основы интервью-портрета как жанра, в историческом и современном контексте. Глава состоит из трех параграфов. В **первом параграфе** «Исторические предпосылки развития жанра интервью в контексте коммуникации» рассматриваются исторические предпосылки развития жанра интервью. *Интервью-портрет по своей коммуникативной природе - это "интервью с самим собой"* (как непрерывный процесс и о/смысленный результат). На уровне героя - это публичная рефлексия (самопознание) и автопортрет. На уровне журналиста - это план-сценарий и реальный диалоговый портрет. На уровне аудитории - это постановка сцены в мозгу и внутренняя рефлексия (инсайт).

Словосочетание "интервью с самим собой" вносит некоторую ясность и в момент взаимоотношений интервью и интервью-портрета. Если в основе жанра интервью всегда лежит метод интервью (изначальная позиция информационного неравенства), то в основу интервью-портрета природой положен принцип коммуникации (изначальная позиция информационного равенства). Таким образом, если интервью - межвидовой жанр, то интервью-портрет по логике должен быть межродовым.

Неустойчивость состояния процесса интервью поддерживаются балансом с внутренней цельностью "портрета". Хорошее интервью-портрет переживет сиюминутность вопроса журналиста, легкомысленность ответа героя, а также их обоих как современников и станет книгой или иным носителем, с которым читатель будет внутренне коммуницировать неизвестно в какое время, неизвестно в каком месте, неизвестно с какой целью. Хотя одну из целей можно предугадать: живое человеческое общение; поиск понимания и принятия своего одиночества в мире или познание другого - для отдыха и развлечения (базовые функции интервью-портрета).

Интервью-портрет в этом смысле как нулевая точка в оси координат, где линия "интервью" - это группы жанров публицистики (художественно-публицистическая, аналитическая, информационная), а линия "портрет" - жанры, задействованные смежными родами и видами искусства для изображения внутреннего мира и внешнего облика человека.

Специфика коммуникации также делит интервью-портрет на три подвида: речевой, письменный и электронный жанры.

Во **втором параграфе** «Интервью-портрет как процесс и результат коммуникации родов искусств» выявляются жанры-предшественники интервью-портрета. Первым прединтервью в отечественной журналистике принято считать произведение Д.И. Фонвизина "Несколько вопросов, могущих возбудить в умных и честных людях особое внимание",

опубликованное в 1783 году. На основании основных жанрообразующих признаков можем говорить о произведении как о прединтервью-портрете.

По целевой установке – это обличение через портрет, причем, впервые в XVIII веке в лице и обличителя, и обличаемого выступает реально существующий собеседник. *Предмет отображения* - политический портрет, автопортрет антигероя. *Методы работы с информацией*. Вопросы – риторические, выстроены в единое целое и способны на воздействие как самостоятельное произведение. Риторичность несет и эффект диалога-напрямую с аудиторией. Вопросы злободневные, они провоцируют власть на реакцию (запретить или разрешить), и это подогревает интерес аудитории, будет ли власть спровоцирована? (хорошо продуманная коммуникация).

Таким образом, выстраивать хронологию появления разновидностей интервью, первой формой оказывается художественно-публицистический прединтервью-портрет. Это значит, что в период становления отечественной журналистики XVIII века, интервью-портрет был переходной формой от литературы к публицистике. Последнее положение звучит вполне логично, поскольку ничто другое не объясняет неожиданного появления интервью на небосклоне жанров. Примечательно также, что автором первого прединтервью становится не просто известный публицист, а основоположник оригинальной русской драматургии.

При этом в прединтервью-портрете Д.Фонвизина еще отсутствует реальная встреча. Эту проблему документальности на рубеже XVIII-XIX вв. решил 23-летний Н. Карамзин, который в «Письмах русского путешественника» дал портреты многих великих европейских современников, с которыми ему довелось встретиться лично и поговорить. Это встречи с И. Кантом, Г.И. Гердером, И.К. Лафатером, К.Ф. Морицом, Ш. Боннетом, Виландом. В тексте автор стремился дословно передать те части разговора и рассуждения великих современников, которые смог удержать в памяти, понимая, что именно по ним, как по крупницам, желающие смогут составить собственное мнение о реально существующих личностях, знакомых иногда только по книгам.

Мода на путешествия и разговоры к началу XIX века проникает и в российскую провинцию. Сохранились письма казанского поэта Г. Каменева приятелю С. Москотильникову, датированные 1800 годом, в которых он описывает поездку в Москву и свои встречи с Н.Карамзиным, а заодно дает портрет известной личности и характеристику его речевого общения. У Каменева мы, пожалуй, впервые встречаем вопросно-ответное построение текста, явно приближенное к устному оригиналу. В разговоре Каменева интересуют истоки и предпосылки формирования личности Карамзина. Доверие, которое казанский поэт внушил известному российскому литератору, расположило последнего к откровенности.

Разговор в эпоху А. Пушкина и Е. Боратынского – неотъемлемая часть дворянской культуры, пронизывающее ее насквозь: в светской жизни, в быту, в дружбе, любви, в литературе, театре, даже в анекдотах. Значение разговора настолько велико, что Е. Боратынский создает одну из первых российских

«теорий речевой коммуникации», в которой признает за разговором самоценность и называет одним из важнейших условий разговора искреннюю, религиозную любовь к истине... В своей концепции поэт-философ касается условий, структуры, содержания разговора, затрагивает его этику и эстетику.

Истоки современных отечественных интервью с известными людьми и ток-шоу следует искать в *table-talks*, или застольных разговорах, представлявших из себя забавные истории из жизни знаменитостей. Александр Пушкин в течение 1831-1836 годов собрал и записал 36 анекдотов, среди которых есть и лицейская история, связанная лично с ним и Державиным». «Воображаемый разговор с Александром I», написанный А. Пушкиным в 1824 году, с одной стороны, часть *table-talks*, с другой, литературный письменный автопортрет.

Таким образом, как система элементов жанр складывался не одну сотню лет, взаимодействовал с другими жанрами, вобрал в себя функции нескольких из них, в частности, мыслительно-мировоззренческую - у беседы и философского диалога, познавательно-терапевтическую - у драматургии (сцены из пьесы), креативно-творческую - у литературного диалога-разговора, "*table-talks*" (а также "*petits jeux*" и "*secretaire*"), познавательно-коммуникативную - у путешествия-письма, документально-художественную - у репортажа и отчета о встрече и портретного очерка. Среди видов искусств особое влияние на интервью-портрет оказали философия, театр, литература, живопись, фото- и киноискусство, а также телевизионная, радио- и web-публицистика.

В третьем параграфе «Становление интервью-портрета как художественно-публицистического жанра журналистики» прослеживаются этапы становления популярной формы журналистских произведений. В России газетное интервью с наиболее значительными лицами политического или литературного круга стало повседневностью лишь с 80-90-х годов XIX века... Живая беседа с писателем, отчет о встрече с ним стали пробивать себе дорогу на страницы русских газет, и первым из «интервьюируемых» стал Лев Толстой».

Публицистика СССР во многом отошла от традиций российской предшественницы, задавшись целью превратить живого человека в идеального героя социализма. Жанр интервью 1960-х гг. представлен всего двумя видами: интервью-сообщением и интервью-мнением, к которым вскоре добавится интервью-зарисовка Н.Мара.

Журналистика периода 1980-1990-х гг. ближе других подобралась к внутренним проблемам человека. Так появляется разновидность жанра – интервью психологическое. Тон теперь задают «молодые»: на телевидении – У. Отт, А. Караулов, в периодике – Ф.Чуев и Ф. Медведев. У. Отт открывает «Телевизионное знакомство». А. Караулов, вступив на поприще политической публицистики, отшлифовывает форму интервью-разоблачения. Ф. Медведев после открытия границ отправляется за серией психологических интервью-портретов российско-советских эмигрантов. С открытием «железного занавеса» страна знакомится с эмигрантскими диалогами С.Волкова с

И.Бродским.

Драматические категории «пространство-движение-время» делят интервью-портреты на группы. Первая – *линейные интервью-портреты*. Ключевое понятие "линия" (например, линия жизни). Доминирующая характеристика – действие. Человек рассматривается через поэтапное развитие, движение к намеченной им цели. Это портретные интервью: "отрезок" (взгляд на человека в определенный момент его жизни); "прямая" (человек сквозь призму идеального пути его развития); "ломанная" (судьба человека); "кривая" (взгляд из настоящего в будущее, предчувствие изменения); "волна" (человек и циклы жизни); "спираль" (карьера, личностный рост человека).

Вторая группа – *фигурные интервью-портреты*. Ключевые понятия: "фон-фигура". Доминирующая характеристика – место действия, первый и второй план на телевидении и в кино. Фигурную группу составляют интервью: "прямоугольник" (классический одиночный и групповой портрет в живописи); "круг" (монета, профиль государственного деятеля); "эллипс" (романтический портрет).

Третья группа – *стереометрические интервью-портреты*. Ключевое понятие – "объем". Доминирующая характеристика – время действия. В центре внимания – отношения человека и времени в самом широком, философском смысле. Стереометрическую группу составляют интервью: "**интрокосм**" (внутренняя бесконечность) и "**экстракосм**" (внешняя бесконечность).

В *третьей главе* - «**Модель интервью-портрета в российских печатных еженедельниках (1985-1996 гг.)**» - определяется место и функции интервью-портрета в условиях новой коммуникативной среды в рамках наиболее консервативного канала коммуникации. Глава состоит из двух параграфов. В первом параграфе «Каналы коммуникации и интервью-портреты 1985- первой половины 1992 гг.» устанавливаются критерии анализа и рассматриваются каналы коммуникации и интервью-портреты этого периода.

Критериями анализа стали коммуникационные этапы: раскрытия личности (ролевое взаимодействие интервьюера и интервьюируемого); отражения (документальной основы материала, максимально приближенной к реальности процесса коммуникации) и отображения (композиционное построение по законам драматургии).

Учитывая огромный объем интервью-портретов, созданных журналистами в исследуемый период, мы ограничиваем анализ срезами начала и конца периода (1985, 1992, 1996), а также контрольными замерами в середине этапов (1989, 1994).

В период гласности газета «Неделя» вместе со страной пережила смену ценностей в обществе в отношении к человеку. На уровне интервью-портрета это выразилось в переходе от «записок журналиста, написанных на основе бесед с героем материала» - к скандальным портретам, которые отдаются на откуп самим героям. В обоих случаях газета плохо приспосабливается к изменяющейся среде, ее бросает из крайности в крайность.

Другое издание – «Литературная газета» – прошло период гласности ровнее, сохранив преемственность тем, и при этом заметно изменившись. Плавность развития обеспечили «отдушины» – перепечатки интервью-портретов зарубежных деятелей кино, а также «вечные темы», которые обсуждали отечественные писатели, в которых человек являлся «мерой всех вещей».

Иллюстрированное приложение к «Комсомольской правде», еженедельник «Собеседник», в период гласности стало молодежным посредником в нарастающей экспансии западной культуры. На материале интервью-портретов с деятелями кино, рок- и попкультуры, эстрады и спорта формировались новые ценности общества. Поводом для встреч стала популярность. Газета попала в самый круговорот меняющейся жизни, активно впитывала в себя все новое, и по сути явилась центром формирования звездного интервью, получившим распространение вместе со становлением в стране новой элитарности и института новых звезд.

Во втором параграфе «Каналы коммуникации и интервью-портреты второй половины 1992 гг.- 1996 гг.» прослеживается эволюция интервью-портретов в печатных еженедельниках второй половины 1992 гг.- 1996 гг.

«Литературная газета» этого периода, с тиражом 260 тыс. экз., приглашает читателей «за кулисы» (так называется одна из рубрик) профессий и частной жизни. Общение со знаменитостями становится более раскрепощенным, заголовки – интригующими. В поле внимания эпохи – все необычное, противоречивое, не как у всех. Обществу интересны люди-носители таких характеристик.

«Собеседник» с тиражом 225 тыс. экз., предлагает читателю более красочную систему оформления анонсов интервью (так один из героев интервью присел на букву «Я» в заголовке), тексты стали более мелкими – создается эффект мозаики. Эпатаж стал визитной карточкой газеты. Растет мастерство интервьюера-портретиста А.Ванденко.

Среди героев интервью-портретов только знаменитости: С.Светличная, Э.Радзинский, В.Жириновский, Л.Якубович, С.Доренко...

«Аргументы и факты» с тиражом 3 млн. 340 тыс. экз., использует политиков как «мальчиков для битья». «АиФ» по-прежнему работает с аудиториями разных поколений, в рамках одной семьи. Объединяющей их темой являются влюбленность и любовь в браке.

На основании проведенного анализа выстраивается универсальная модель интервью-портрета.

В заключении приводятся итоги предпринятого диссертационного исследования. Согласно устоявшимся взглядам, интервью – оперативное средство одностороннего информирования аудитории о мнении какого-либо лица об актуальных проблемах действительности. Сегодня интервью – информационно-коммуникативное средство взаимодействия, обеспечивающее лучшее освоение информации аудиторией при помощи коммуникации.

Таким образом, рассматривая интервью исключительно как оперативное средство, мы искусственно обедняем возможности познания человека со

стороны публицистики, поскольку максимум, что можно извлечь из такого подхода – это беглый портрет, точнее, портретная зарисовка, набросок, эскиз.

Между тем интервью-портрет – устойчивая художественно-публицистическая жанровая форма, направленная на раскрытие человека как уникального явления действительности методом собственно интервью, разговора, опроса или беседы, отражения его внутренней сути (содержания) через отбор наиболее характерных внешних деталей облика, профессии, социального статуса и другой атрибутики личности, выраженных в прямой речи героя (автопортрет), и отображения полученного результата методом монолога, диалога или полилога и особенными художественно-документальными средствами периодической печати, радио, телевидения, Интернета.

По итогам анализа разработана следующая модель интервью-портрета. Героем интервью-портрета является уже известный человек. Периодичность и формат СМИ задают тип интервью-портрета. В основе интервью-портрета лежит документальный факт состоявшейся встречи. Интервью-портрет строится как драма, учитывая взаимодействие на уровнях коммуникации как процесса, и как результата. В основе интервью-портрета лежит автопортрет человека, который стал явлением общественной или культурной жизни. Герой, в свою очередь, «зеркало» для аудитории. Интервью-портрет – непрерывное ролевое взаимодействие всех участников коммуникационной цепочки: героя-журналиста-СМИ-жанра-аудитории.

Кроме того, универсальный характер модели интервью обеспечивают следующие принципы:

- Как тип коммуникации интервью-портрет несет в себе отпечаток того контекста и подтекста, в рамках которого он реализуется (будь то, ситуация общения с интервьюером, формат еженедельника, особенности времени или специфика социальной среды).

- Как форма, обладающая существенными качественными характеристиками, претерпевая эти влияния, интервью-портрет сохраняет (проверенную временем) устойчивость, перемещаясь из одной сферы в другую, это легко позволяет ему его текучесть.

- Как модель, интервью-портрет обеспечивает решение самых сложных комплексных коммуникационных задач и непрерывность самого процесса коммуникации с аудиторией, мгновенно переходя от результата коммуникации (готового текста) к процессу коммуникации (активном осмыслении и постановке новых задач) и обратно.

Таким образом: ключевыми проблемами интервью-портрета *на уровне журналиста* выступают вопросы мастерства интервьюера (отражение, отбор, отображение), *на уровне героя* – автопортрет в интервью (обоих собеседников), *на уровне аудитории* – эффективность жанра и текста (кодирование-декодирование интервью-портрета; сценарий журналиста, актерское исполнение своей роли героем и режиссерская постановка аудитории) – все это открывает перспективу дальнейших исследований.

*Основные положения диссертации отражены
в следующих публикациях автора*

Статья в рецензируемом научном журнале:

Сыченков, В.В. Интервью в системе современных публицистических жанров / В.В. Сыченков // Вестн. Моск. Ун-та, сер. 10. Журналистика. – М.: Изд-во МГУ, 2000. – № 2. – 0,5 п.л.

*Статьи в научных изданиях,
тезисы и материалы научных конференций:*

Сыченков, В.В. Жанр разговора в эпоху А. Пушкина и Е. Боратынского (К истокам интервью-портрета) / В.В. Сыченков // Слово и мысль Е.А.Боратынского: Тезисы международной научной конференции, посвященной 200-летию со дня рождения Е.А. Боратынского. – Казань: ООО “АБАК-УСЛУГИ”, 2000. – 0,1 п.л.

Сыченков, В.В. Путешествие за портретом: к истории разговора Г.П. Каменева и Н.М. Карамзина / В.В. Сыченков // Диалог поэтов в культурном пространстве Казани. – Казань: РИЦ "Школа", 2004. – 0,4 п.л.

Сыченков, В.В. Допрос как вид интервью / В.В. Сыченков // Тонус. – Казань: Магариф, 1998. – №4 (ISBN 5-7761-0211-1). – 0,25 п.л.

Сыченков, В.В. Техника психологического интервью / В.В. Сыченков // Тонус. – Казань: Полиграфкомбинат им. К. Якуба, 1997. – №1. – 0,35 п.л.

Сыченков, В.В. Коммуникативный тренинг как инновационная форма подготовки журналистов / В.В. Сыченков // Стратегия кадровой политики в условиях трансформационной экономики: Тезисы международной научно-практической конференции. – Наб. Челны: Изд-во Наб. филиала КГУ. – 1999. – 0,1 п.л.

Сыченков, В.В. Механизм поведения человека на интервью / В.В. Сыченков // Тонус. – Казань: Изд-во КГУ. – 2000, – №5, июнь.- 0,1 п.л.

Сыченков, В.В. Интервью-портрет как средство утверждения новых идеалов молодежи / В.В. Сыченков // Коммуникации в системе журналистского образования. – Казань, 2000. – 0,15 п.л.

Сыченков, В.В. Интервью с "человеческим лицом" / В.В. Сыченков // Газеты малых городов: верстается первая полоса. В помощь редактору. – Казань: Мастер Лайн, 2002 (ISBN 5-93139-128-2). – 0,75 п.л.

Сыченков, В.В. «Диалоги с Бродским» как интервью-портрет / В.В. Сыченков // История журналистики русского зарубежья. – СПб., 1999. – 0,1 п.л.

Сыченков, В.В. Интервью-портрет в Интернет / В.В. Сыченков // Журналистика в 2000 году. Сборник материалов научно-практической конференции. Часть II. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова, 2001. – 0,1 п.л.

Сыченков, В.В. Категории времени, места и действия в драматургии и типологии интервью-портрета / В.В. Сыченков // Средства массовой

информации в современном мире. Тезисы научно-практической конференции. Часть I. – СПб: Факультет журналистики СПбГУ, 2001. – 0,1 п.л.

Сыченков, В.В. Человеческий фактор в управлении экстремальными медиапроектами / В.В. Сыченков // Журналистика в 2005 году: трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве. Сборник материалов научно-практической конференции. Часть 2. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2006 (ISBN 5-7776-0072-7). – 0,1 п.л.

Сыченков, В.В. (в соавторстве) Управление качеством тренинга для мультижурналистов / В.В. Сыченков // Журналистское образование: вызовы времени. Сборник материалов научно-практической конференции. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2007. – 0,1 п.л.

Учебно-методические пособия:

Сыченков, В.В. Искусство профессионального общения в сфере массовых коммуникаций / В.В. Сыченков // Программа спецкурса, методические указания, тесты. – Набережные Челны, 2007. – 0,75 п.л. (в печати)

Сыченков, В.В. Введение в кибержурналистику. Программа спецкурса / В.В. Сыченков // Кибержурналистика в Казани: проблемы становления. – Казань, 2000. – 0,2 п.л.

Сыченков, В.В. Специфика работы с Интернет-текстами / В.В. Сыченков // Курсовая работа по специализациям в области электронных СМИ: процесс подготовки, оформление, защита. – Казань, 2004. – 0,2 п.л.